

HUBUNGAN ANTARA IDENTITAS SOSIAL DAN KONFORMITAS PADA ANGGOTA KOMUNITAS VIRTUAL KASKUS REGIONAL DEPOK

Fransisca Nurmalita Hapsari Utami¹
Betty Yuliani Silalahi²

¹Fakultas Psikologi, Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat
¹siscautami@gmail.com

²Fakultas Psikologi, Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat
²betayu2002@gmail.com

PENDAHULUAN

Dewasa ini banyak sekali perbincangan di dalam masyarakat seputar kemajuan teknologi yang semakin pesat, khususnya mengenai internet dan jejaring sosial *online* yang terus menguak ke permukaan. Memang tidak akan ada habis dan bosannya jika sudah mengkaitkan internet dengan jejaring sosial online yang dapat memperluas lingkup individu. Hal ini tercermin dari banyaknya situs jejaring sosial yang berkembang menghasilkan per-temanan dalam bentuk maya maupun nyata. Tentunya mendapat teman nyata yang ber-awal dari dunia maya sangatlah menarik, selanjutnya akan membentuk suatu per-kumpulan atau komunitas yang sering disebut dengan komunitas virtual (*virtual community*). Individu-individu yang terga-bung di dalamnya tentu adalah individu sosial, yang senang berbagi dengan individu lainnya. Tidak dapat disangkal bahwa menurut hakikatnya manusia adalah pri-badi, makhluk individu yang berhubungan dengan makhluk lainnya. Manusia tidak tinggal dan hidup sendirian saja, sebaliknya selalu berada bersama dan berhubungan dengan makhluk serta orang-orang lainnya. Sarwono (2005) mengatakan bahwa manusia menurut kodratnya selalu ingin hidup berkumpul dan berkelompok, yakni manusia yang satu dengan yang lainnya senang-tiasa menjalin

hubungan dan hidup ber-sama- sama. Berkaitan dengan hal ini, Aristoteles, seorang ahli filsafat Yunani (dalam Firdy, 2003) mengatakan bahwa manusia adalah Zoon Politicon atau De Mens Is Een Social Wesen yang artinya manusia sebagai makhluk pada dasarnya selalu ingin bergaul dan berkumpul dengan manusia lainnya. Oleh karena sifatnya yang demikian itulah manusia disebut sebagai makhluk sosial. Smith (dalam Walgito, 2007) mengemukakan definisi kelompok dari segi persepsi berdasarkan asumsi bahwa anggota kelompok sadar dan mempunyai persepsi bersama akan hubungan mereka dengan anggota lain. Maka timbulah kelompok-kelompok sosial (*social group*) di dalam kehidupan manusia. Kelompok atas dasar pemilihan seseorang disebut *acquired group* (dalam Walgito, 2007).

Tiap pribadi harus rela mengorbankan hak pribadi demi kepentingan bersama sehingga mampu mencerminkan sikap dan suasana kekeluargaan. Menurut Martin dan Hewstone (dalam Taylor, 2006), orang lebih suka menyesuaikan diri dengan perilaku kelompok bila mereka menganggap anggota kelompok itu benar dan apabila mereka ingin disukai oleh anggota kelompok. Secara psikologis, kesetiaan dan kepatuhan pada kelompok, perasaan senasib dan sepenanggungan disebut konformitas. Konformitas ini muncul karena adanya kesamaan minat, nilai dan norma yang

dianut oleh anggota kelompok, serta adanya interaksi yang terus menerus dalam suatu kelompok tertentu. Konformitas memberikan dampak hilangnya pen-dapat atau aspirasi tiap individu. Mengingat keputusan yang dilaksanakan adalah kepu-tusan kelompok, sehingga setiap anggota kelompok secara sadar maupun tak sadar terseret ke dalam keputusan kelompok. Konformitas didefinisikan oleh Sarwono (2002) sebagai kesesuaian antara perilaku seseorang dengan perilaku orang lain yang didorong oleh keinginannya sendiri, kon-formitas terjadi dari kesamaan antara perilaku individu dengan perilaku orang lain atau perilaku individu dengan norma. Konformitas terjadi apabila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau mela-kukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama. Konformitas juga dilakukan agar terhindar dari prasangka (*prejudice*) dan membentuk konsep diri berupa identitas sosial yang didasarkan pada afi-liasi kelompok serta identitas personal yang didasarkan pada karakteristik individual yang unik (Baron & Byrne, 2004). Sebuah teori identitas sosial dari perilaku kelompok (dan hubungan individu-kelompok) diper-kenalkan dan dari itu berasal teori lebih lanjut dari pengaruh sosial dan polarisasi kelompok. Yang terakhir ini dijelaskan sebagai kasus khusus dari pengaruh intra-grup normal. Hal ini menunjukkan bagaimana teori identitas sosial (teori) dari perilaku kelompok, pengaruh sosial dan polarisasi kelompok eksplisit mengasumsi-kan interaksi fungsional antara proses psikologis dan sosial, berbeda dengan individualisme, dan pada saat yang sama menimbulkan khas, diuji, prediksi empiris. Hal ini disimpulkan bahwa konsep identitas sosial merupakan mekanisme sosial-psiko-logis interaksi dan dengan demikian menunjukkan bahwa psikologi sosial tidak perlu

menjadi ilmu individualistik (Turner & Oakes, 2011).

Menurut Tajfel (1982), identitas sosial adalah bagian dari konsep diri seseorang yang berasal dari pengetahuan mereka tentang keanggotaan dalam suatu kelompok sosial bersamaan dengan signifi-kansi nilai dan emosional dari keang-gotaan tersebut. Identitas sosial merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh seorang anggota kelompok atas kelompoknya yang dianggap sesuai dengan identitas yang ada pada dirinya. Keberadaannya pada kelom-pok akan membentuk ikatan emosi antara dirinya dan kelompoknya. Hogg & Reid (2006), mengartikulasikan peran norma dalam perspektif identitas sosial sebagai dasar untuk sejumlah fenomena komuni-katif yang nyata, menjelaskan bagaimana norma kelompok yang direpresentasikan sebagai kognitif tergantung pada konteks prototipe yang menangkap sifat khas kelompok. Proses yang sama yang meng-aturl arti-penting psikologis prototipe yang berbeda, dan dengan demikian meng-hasilkan perilaku kelompok normatif, dapat digunakan untuk memahami pembentukan, persepsi, dan difusi norma, dan juga bagaima-beberapa anggota kelompok, misal-nya, para pemimpin, memiliki pengaruh yang lebih normatif daripada yang lain. Hal ini menggambarkan proses di sejumlah fenomena dan membuat saran untuk masa depan antara perspektif identitas sosial dan penelitian komunikasi. Kami percaya bahwa pendekatan identitas sosial meru-pakan kekuatan yang benar-benar integratif untuk disiplin komunikasi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Reicher & Levine (2006) menyatakan bahwa manipulasi identitas mempengaruhi arti-penting relatif dari identitas pribadi atau sosial dan karenanya pilihan standar untuk mengon-trol perilaku. Penelitian ini memberikan kontribusi untuk perpanjangan argumen ini sesuai dengan manipulasi identitas,

yang tidak hanya mempengaruhi arti-penting dari identitas sosial, tetapi juga komunikasi strategis identitas sosial. Turner (2006) menjelaskan dalam hal pengoperasian proses perbandingan sosial antara kelompok ber-dasarkan kebutuhan akan identitas ingroup positif. Hubungan antara identitas sosial dirasakan dan perbandingan antar kelom-pok diuraikan secara teoritis, dan dikatakan bahwa perbandingan sosial menimbulkan proses diferensiasi bersama antara kelom-pok-kelompok yang dapat dianalisis seba-gai bentuk persaingan sosial. Kompetisi sosial dibedakan dari kompetisi yang rea-listis (konflik kepentingan kelompok). Sedangkan Ellemers, Spears, Doosje (2002), pemeriksaan diri dan identitas dengan mempertimbangkan kondisi yang berbeda di mana hal tersebut dipengaruhi oleh kelompok-kelompok yang orang milik. Dari perspektif identitas sosial bahwa komitmen kelompok, di satu sisi, dan fitur dari konteks sosial, di sisi lain, merupakan penentu penting dari masalah identitas pusat. Mengembangkan taksonomi situasi untuk mencerminkan keprihatinan yang berbeda dan motif yang ikut bermain sebagai akibat dari ancaman terhadap identitas pribadi dan kelompok dan tingkat komitmen terhadap kelompok. penentuan untuk setiap sel dalam taksonomi bagai-mana isu-isu identitas diri dan sosial menimpa berbagai luas respon di tingkat persepsi, afektif dan perilaku.

Hogg dan Abram (2002), juga menambahkan bahwa rasa keterikatan, peduli, serta bangga yang berasal dari pengetahuan seseorang dalam berbagai kategori keanggotaan sosial dengan anggota yang lain, bahkan tanpa perlu memiliki hubungan personal yang dekat, mengetahui atau memiliki berbagai minat. Banyaknya jejaring sosial yang digemari di Indonesia, ternyata masih ada satu lagi jejaring sosial yang tidak kalah peminatnya serta membentuk suatu komunitas atau yang dinamakan

komunitas virtual karena berawal dari dunia maya, jejaring sosial ini bernama Kaskus. Pengguna yang awalnya bertemu secara *online* atau lewat dunia maya ini lambat laun membentuk komu-nitas berdasarkan daerah atau domisili pengguna tersebut tinggal atau disebut Komunitas Kaskus Regional (KKR), kemu-dian setelah masuk dalam keanggotaan akan dibentuk pengurus dan anggota yang memiliki pembagian kerja tertentu sesuai dengan bagiannya. Kaskus memiliki motto *the largest Indonesian community* (Komu-nitas dunia maya terbesar di Indonesia) karena merupakan salah satu komunitas dunia maya terbesar di Indonesia. Sebagai contoh menurut Okezone 9 Juni 2011, pada bulan Agustus 2005, PC Magazine Indonesia memberikan penghargaan kepada situs Kaskus sebagai situs terbaik dan komunitas terbesar, kemudian Kaskus terpilih kembali sebagai website terbaik pilihan pembaca PC Magazine pada 2006. Interaksi yang terdapat di komunitas ini berupa online dan offline. Online berupa aktivitas yang terjadi lewat internet atau dunia maya, Aktivitas secara offline ini terbagi dalam forum-forum, seperti forum pertama yang di dalamnya berisi informasi mengenai akan diadakannya seminar, evaluasi dan pelatihan (gathering), dan bakti sosial. Forum ini dinamakan Kaskus Corner. Forum kedua yang berisi seputar masalah politik sampai curhatan pribadi. Forum ini dinamakan cas-cis-cus. Kemu-dian forum ketiga yang berisi gaya hidup dan seputar hobi, forum ini dinamakan *loe-ke-loe*, dan yang terakhir merupakan forum utama dimana anggota dapat saling meng-iklankan produk atau sekedar bertukar informasi mengenai produk yang akan dijual atau dibeli. Forum ini dinamakan jual-beli. Mengenai aktivitas lainnya di luar internet atau tatap muka secara langsung, seperti gathering atau outbound bersama-sama dengan regionalnya, dan biasanya mengundang perwakilan dari

regional lain serta pusat dinamakan aktivitas offline. Saat pertemuan, para anggota komunitas kaskus ada yang mengenakan kaos atau baju dengan gambar serta tulisan Kaskus yang didesain dan telah diproduksi dengan beragam versi, kemudian ada pin, stiker, dan lain sebagainya yang digunakan untuk membedakan dengan yang lainnya seka-ligus menunjukkan identitas mereka sebagai Anak Kaskus.

Berdasarkan uraian di atas, dapat terlihat banyak komunitas virtual yang menunjukkan perilaku yang berbeda-beda. Ada anggota komunitas yang merasa eksklusif menggunakan seragam dan ciri khas untuk membedakan dengan anggota lain, namun ada juga yang tidak. Ketika seseorang masuk dalam sebuah komunitas, kemungkinan besar akan cenderung kon-form atau mengikuti peraturan dalam komunitas tersebut, bukan secara dipaksa melainkan secara sukarela karena sudah merasa menjadi bagian dari komunitas tersebut sehingga *self-esteem* atau harga dirinya akan naik serta *sense of belonging* atau rasa memilikinya akan lebih nampak. Akan tetapi ada beberapa orang yang merasa meskipun tergabung dalam komunitas namun merasa tidak harus konform dengan komunitasnya, termasuk dalam hal aturan dan atributnya. Atas dasar permasalahan ini, maka timbul pertanyaan penelitian apakah ada hubungan antara identitas sosial dengan konformitas pada anggota komunitas virtual. Guna menjawab pertanyaan tersebut, maka dalam penelitian ini dipilih judul, "Hubungan Antara Identitas Sosial dan Konformitas Pada Anggota Komunitas Virtual Kaskus Regional Depok".

METODE PENELITIAN

Subjek penelitian ini adalah anggota komunitas virtual Kaskus yang regionalnya tergolong aktif yaitu komunitas virtual Kaskus Regional

Depok. Teknik pengam-bilan data dilakukan dengan metode *purposive sampling* (pengambilan sampel dengan tujuan tertentu atau dengan kata lain sudah ditentukan sasarannya). Penelitian ini dilakukan terhadap 50 orang anggota komunitas kaskus Regional Depok. Partisipan dalam penelitian ini terdiri dari 32 orang pria dan 18 orang wanita. Dari hasil penelitian ini, diketahui untuk skala identitas sosial terdapat 19 item valid dari 32 item yang diujicobakan, Sedangkan untuk skala konformitas terdapat 22 item valid dari 38 item yang diujicobakan.

PEMBAHASAN

Hasil analisis setelah dilakukan uji korelasi diketahui bahwa hipotesis diterima. Hubungan antara identitas sosial dengan konformitas diperoleh dengan koefisien korelasi identitas sosial dengan konformitas yang memiliki nilai sebesar -0,395 dengan taraf signifikansi sebesar 0,002 ($p < 0,05$). Dari hasil tersebut, dapat dilihat bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara identitas sosial dengan konformitas pada komunitas kaskus regional Depok. Arah korelasinya adalah negatif, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi identitas sosial maka akan semakin rendah konformitas pada komunitas kaskus regional Depok, sedangkan semakin rendah identitas sosial maka akan semakin tinggi konformitas pada komunitas kaskus regional Depok. Berdasarkan hasil mean empirik dan kurva normal, dapat diketahui bahwa identitas sosial anggota komunitas kaskus regional depok yaitu 60,14 berada pada posisi tinggi, sedangkan hasil mean empirik konformitas diketahui bahwa pada responden penelitian ini tingkat konfor-mitasnya yaitu 53,96 berada pada posisi sedang. Hasil perhitungan deskripsi res-ponden penelitian diketahui mean empirik identitas sosial anggota komunitas kaskus regional Depok pria lebih tinggi daripada anggota komunitas

yang berjenis kelamin wanita. Sedangkan mean empirik kon-formitas anggota komunitas kaskus regional Depok yang berjenis kelamin pria lebih tinggi daripada yang berjenis kelamin wanita. Sementara itu hasil perhitungan deskripsi responden penelitian diketahui mean empirik identitas sosial yang tergabung dalam komunitas selama 1-6 bulan berada dalam posisi paling tinggi daripada yang telah memiliki tergabung dalam komunitas selama 19-24 bulan, sedangkan mean empirik konformitas responden yang telah tergabung dalam komunitas selama kurang 19-24 bulan berada di posisi paling tinggi daripada yang telah tergabung dalam komunitas selama 1-6 bulan.

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima, yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara identitas sosial dengan kon-formitas pada komunitas kaskus regional Depok. Arah korelasinya adalah negatif, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi identitas sosial maka akan semakin rendah konformitas pada komunitas kaskus regional Depok, sedangkan semakin rendah identitas sosial maka akan semakin tinggi konformitas pada komunitas kaskus regional Depok. Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Anggota Komunitas Kaskus Regional Depok Disarankan kepada anggota Kaskus Regional Depok dapat mengetahui seberapa besar tingkat identitas sosial mereka terhadap kelompoknya, dan tidak mudah untuk patuh atau konform terhadap hal-hal negatif.
2. Bagi Para Peneliti Disarankan kepada para peneliti dapat membuat penelitian selanjutnya mengenai konformitas

dan identitas sosial yang dibatasi oleh sampel penelitian berupa komunitas virtual, dimana mereka belum pernah bertemu secara nyata sebelumnya melainkan hanya berinteraksi di dunia maya saja. Selain itu dapat juga dengan melihat dari sudut pandang lain, bukan dari hubungan melainkan pengaruh, perbedaan, dan sebagainya. Kemudian dapat juga menggunakan subjek penelitian anggota komunitas Kaskus dari regional yang lain atau komunitas virtual lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aronson, E. (2007). *Social psychology*. London: Prentice Hall.
- Azwar, S. (2003). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Baron & Byrne D. (2000). *Social psychology*. USA: Allyn and Balcon.
- Baron & Byrne D. (2004). *Psikologi sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Candrataruna. (2011) *Sejarahkaskus*. <http://hmaryana.blogspot.com/2011/05/pragmatik1627.html>. Diakses tanggal 28 Juni 2011.
- Chaplin, J. P. (2006). *Kamus lengkap psikologi* (Terj. Kartini Kartono). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dede, F., Aaron, K., Michael M., Stanny A. (2010). *Conformity*. Diklat (tidak diterbitkan). Jakarta: Fakultas psikologi Universitas Pelita Harapan.
- Ellmers, N., Spears, R., Doosje, B. (2002). *Self and social identity: Annual review of psychology*. Vol 53, pg 161-186, DOI: 10.1146/annurev.psych.53.100901.135228
- Firdy. (2003). *Kepercayaan konsumen pada sistem belanja komunitas virtual*. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Jakarta: Fakultas Psikologi Universitas Bina Nusantara.

- Hogg & Abram. (2002). Social psychology. London: Prentice Hall.
- Hogg, M. A. & Reid, S. A. (2006). Social Identity, Self-categorization, and the communication of group norms. Vol 16(1), pg. 7-30. DOI: 10.1111/j.1468-2885.2006.00003.x
- Kaseger. J.A. (2005). Hubungan antara konformitas kelompok dengan interpersonal relationship dalam keluarga pada remaja. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Depok: Fakultas psikologi Universitas Gunadarma.
- Muniz, G, O. (2001). Rahasia membangun asertivitas pada komunitas clubbing. *Research journal*, 3, 59-73.
- Myers, D. G. 1996. *Social psychology Second Edition*. New York. Mc. Graw Hill Kogaskusha Ltd.
- Purnomo, S. (2011). Tindak tutur perlokasi dalam forum kaskus. *Jurnal*. Jakarta.
- Putri,P. (2010). Konformitas. <http://noniaxio.blogspot.com/>. Diakses tanggal 26 Juni 2011.
- Reicher, S.,& Levine, M. (2006). On the consequences of deindividuation manipulations for the strategic communication of self: Identifiability and the presentation of social identity. *European Journal of Social Psychology*, 24(4), pg. 511-524.
- Ridwan, F. (2009). Pengaruh konformitas terhadap perilaku asertif. *Jurnal provitae*, 12, 33-41.
- Sakinatudh, (2001). Perbedaan identitas sosial mahasiswa universitas negeri dan swasta di Jakarta. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Jakarta: Fakultas psikologi Universitas Bina Nusantara.
- Sarwono, S.W. (2005). *Psikologi sosial. psikologi kelompok, dan psikologi terapan*. Jakarta: PT Balai Pustaka.
- Sears, D.O., Freedman, J.L., dan Peplau, L.A. (1994). *Psikologi sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Soekanto, S. (2002). *Sosiologi suatu pengantar*. Jakarta: PT.Grafindo persada.
- Sunarto. (2004). Analisis Gender pada Iklan Televisi dengan Metode Semiotika (Applying Semiotic Method on Television Commercial for Understanding Gender Bias). *Jurnal Psikologi*, 31, 2.
- Taylor, S., Peplau, L.A., Sears, D.O. (2006). *Social psychology*. London: Prentice Hall.
- Taylor, S., Peplau, L.A., Sears, D.O. (2009). *Psikologi sosial*. Jakarta: Kencana.
- Turner, J. C (2006). Social comparison and social identity: Some prospects for intergroup behavior. *European Jurnal of Social Pscyhology*. 5(1), pg. 1-34.
- Turner, J.C. & Oakes, P.J. (2011). The significance of the social identity concept for social psychology with reference to individualism, interactionism and social influence. *British Journal of Social Psychology*. 25(3), pg.237-252.
- Walgito, B. (2007). *Psikologi kelompok*. Yogyakarta: Andi.
- Yuliastuti. (1999). Teknik informatika: keberadaan kaskus di indonesia. Surat kabar. *Kompas* edisi Sabtu 6 November 1999.